

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Motto.....	v
Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Abstrak	xiv
Abstract	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	17
C. Rumusan Masalah.....	18
D. Tujuan Penelitian	18
E. Manfaat Penelitian	19
F. Batasan Penelitian.....	20
G. Penegasan Istilah.....	20
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	22

BAB II LANDASAN TEORI

A. Keputusan Konsumen	25
B. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	31
C. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	35
D. Tempat/distribusi (<i>Place</i>).....	35

E. Penelitian Terdahulu	38
F. Kerangka Konseptual	43
G. Hipotesis Penelitian	44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	46
B. Populasi, Sampling, dan Sampel	47
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	54
E. Teknik Analisis Data.....	59

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data	67
B. Uji Keabsahan Data	90

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.....	100
B. Pengaruh <i>Physical Evidence</i> Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung	107
C. Pengaruh Place Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.....	109

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	113
B. Saran.....	114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN